



Partnernetzwerk Wiesbaden

1. Allgemeine Infos zum Partnernetzwerk



➤ Unsere Ziele/Mehrwert für die Mitglieder

- Austausch und Entwicklung von gemeinsamen Themen mit partizipativem Ansatz im Sinne der Tourismusstrategie 2026+ seit Winter 2023/2024
- Gemeinsam schärfen wir die „Marke“ Wiesbaden im Städtetourismus und im Veranstaltungssegment
- Zugang zu starkem Branchennetzwerk, gemeinsame Netzwerkveranstaltungen
- Stetiges Wachstum des Netzwerks

➤ Mitglieder und Förderer

- 25 Partner aus Wiesbaden: Hotels, tourist. Leistungsträger, Einzelhandel, Kultureinrichtungen
- Förderer: IHK, Kulturamt, Wiesbaden Wunderbar
- Co-Finanzierung durch Wiesbaden Congress und Marketing GmbH (WICM) mit 55.000 € & Referat für Wirtschaft und Beschäftigung mit 25.000 €
- Geschäftsbesorgungsvertrag zwischen Netzwerk & WICM



1. Allgemeine Infos zum Partnernetzwerk

➤ Projekte und Aktivitäten

- Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen
 - Nach außen gerichtet zur Förderung des Übernachtungs- und Tagestourismus (Belebung der Innenstadt)
 - Nach innen gerichtet (Einbeziehung der Einwohner/Tourismusakzeptanz)
 - On- und Offlinemaßnahmen unterjährig (Flyer, Plakate, Social Ads etc.)

➤ Wie wird man Mitglied?

- Wiesbadener Unternehmen, Vereine, städtische sowie kulturelle Einrichtungen, die eine Geschäftsniederlassung oder einen Sitz in Wiesbaden haben, können in die Werbegemeinschaft aufgenommen werden
- Basisbeitrag für Mitglieder 1.500 Euro netto jährlich
- Beitrag für Fördermitglieder 10.000 Euro brutto jährlich
- Einstieg ist jederzeit möglich

1. Allgemeine Infos zum Partnernetzwerk



Dies sind die derzeitigen Mitglieder:

- Adina Hotel
- Andreas Beez, Schaustellerbetrieb
- Confiserie Kunder
- Courtyard by Marriott
Wiesbaden-Nordenstadt
- DEHOGA Hessen e.V.
- Dorint Hotel Pallas Wiesbaden
- Flow Working Wiesbaden
- Heimathafen
- Henkell Freixenet
- Holiday Inn Express
- Hotel Nassauer Hof
- IntercityHotel Wiesbaden
- Künstlerverein Walkmühle e.V.
- Kulturzentrum Schlachthof
- Lili Werbung GmbH
- Mercure Hotel
- Motel One Wiesbaden
- Museum Reinhard Ernst
- Museum Wiesbaden
- Nassauischer Kunstverband
- Radisson Blu Schwarzer Bock
- Spielbank Wiesbaden
- SV Wehen 1926 Wiesbaden GmbH
- Theater im Pariser Hof
- Weitblick Naturerlebnis GmbH

2. Großprojekt 2024



➤ **Kulturkampagne Wir lieben Kultur!**

- **Thema:** Kunst- und Kulturstadt Wiesbaden, vielfältiges kulturelles Angebot
- **Laufzeit:** Start 9. Juli 2024 mit 6 Wochen Laufzeit
- **Ziel:** Bekanntheitsgrad des Kulturangebots in Wiesbaden steigern und damit den Städtetourismus weiter ausbauen; Kulturangebot als Reiseanlass.
- **Profiteure:** Kultureinrichtungen, Hotellerie, Einzelhandel und Gastronomie
- **Zielgruppe:** Tagesbesucher aus Hessen (Radius bis zu 100 km), ÜN-Gäste aus Hessen sowie Radius aus bis zu 250 km
- **Marketing-Mix**
 - Radiowerbung auf FFH und RPR1
 - Youtube Video „Wir lieben Kultur – Entdecke unsere Stadt“
 - Großflächenwerbung an S- und Fernbahnhöfen
 - Landingpage wiesbaden.de/kulturerlebnis
 - Bewerbung über Social Media, Newsletter + Advertorials

2.1. Kulturkampagne 2024



Großflächenplakate (GF) und MegaCityLights (ML)



3. Großprojekte 2025



- **DB-Kampagne – national (Wiesbaden & Frankfurt)**
 - **Crossmediale Kampagne mit drei Säulen:**
 - nationale TV-Kampagne in Kombination mit regional ausgesteuerten TV-Spots
 - deutschlandweite, zielgruppenspezifische Digitalkampagne (Online Video, Online Banner, Socials) mit starkem Bewegtbildfokus für eine hohe Awareness
 - Flankiert von einer starken Plakat- und Infoscreenkampagne in 7 Quellmärkten ca. 400 Großflächen, dazu Roadside Screens
 - **Sonstige Partner:** DUS, BRE, Zürich, Schwarzwald, OÖ, Starlight Express, Europa-Park
 - **Laufzeit:** 28. April – 31. Mai 2025

3.1. DB-Kampagne

DB-Kampagne – national – CLP und RS Banner Motiv



DB

Nächster Halt:
Frankfurt

Sparpreise ab
17⁹⁹ €

Der ICE bringt dich hin.
bahn.de/Frankfurt

* Gilt im Fernverkehr (ICE/IC/EC). Solange der Vorrat reicht.

In Kooperation mit:
Frankfurt  Main



DB

Nächster Halt:
Wiesbaden

Sparpreise ab
17⁹⁹ €

Der ICE bringt dich hin.
bahn.de/Wiesbaden

* Gilt im Fernverkehr (ICE/IC/EC). Solange der Vorrat reicht.

In Kooperation mit:
WIESBADEN
Wiesbaden Congress & Marketing GmbH



DB

Nächster Halt:
Wiesbaden

Sparpreise ab
17⁹⁹ €

* Gilt im Fernverkehr (ICE/IC/EC). Solange der Vorrat reicht.



WIESBADEN
Wiesbaden Congress & Marketing GmbH

In Kooperation mit:

3.1. DB-Kampagne

DB-Kampagne – national – responsive Ad, Video Campaign Banner



Weitere Visuals werden ebenfalls genutzt



Nächster Halt:



Nächster Halt: Echte Erlebnisse.



Die Bahn bringt
dich günstig hin.



Die Bahn bringt
dich günstig hin.

Jetzt buchen



3.1. DB-Kampagne

DB-Kampagne – national – Facebook Feed Post und Insta Story Image



3.1. DB-Kampagne

DB-Kampagne – national – Landingpages



bahn.de/wiesbaden

© WICM - David Vasicek

Startseite > Tickets & Angebote > Urlaub & Städte > Die besten Bahnreiseziele > Sommerziele in Europa > Wiesbaden

Wiesbaden im Rheingau: Eine Reise durch Kultur, Geschichte und Genuss.

Willkommen in der hessischen Landeshauptstadt! Lass Dich vom entspannten Flair Wiesbadens begeistern: Stilvolle Cafés, lebendige Kulturspots und abwechslungsreiche Viertel verbinden sich hier zu einem einzigartigen Erlebnis.

26 Thermalquellen, einzigartige historische Architektur und die romantische Lage am Rhein & Main zählen zu den Trümpfen Wiesbadens. Schon im 19. Jahrhundert trafen sich Kaiser, Adel und internationales Publikum in der **eleganten Kurstadt**. Heute begeistert Wiesbaden mit Kultur, Gastronomie und hohem Erholungsfaktor.

bahn.de/rhein-main

© visitfrankfurt, plazy, Isabela Pacini

Startseite > Tickets & Angebote > Urlaub & Städte > Die besten Bahnreiseziele > Sommerziele in Europa > Rhein-Main Gebiet

Frankfurt und Wiesbaden: Zwei Städte, ein Ziel

Wer Lust auf einen **abwechslungsreichen Städtetrip** hat, ist in **Wiesbaden** und **Frankfurt** genau richtig, die beiden Städte ergänzen sich perfekt. Denn obwohl sie unterschiedlicher nicht sein könnten, verbindet sie doch so viel. In **Wiesbaden** genießt du guten **Riesling** aus dem nahegelegenen **Rheingau**, in **Frankfurt** steht der **Apfelwein** für moderne Tradition.

Prächtige **Gründerzeitarchitektur** im eleganten Wiesbaden trifft auf **kosmopolitisches Flair und Skyline** in Frankfurt. Beide Städte bieten eine unglaubliche Fülle an Kulturangeboten, von großen namhaften Institutionen bis zu einer lebhaften Subkultur, und wenn du deinen Besuch aktiv gestalten möchtest, kannst du dich auf wunderschöne Wander- und Radwege freuen.

<https://www.bahn.de/angebot/urlaub/bahnreisen/summerrail/wiesbaden>

3.2. Botschafter-Kampagne

- **Idee:** nach innen gerichtete Kampagne mit Wiesbaden-Botschafterinnen und Botschaftern
- **Ziel:** Stärkere Identifikation der Wiesbadener Bevölkerung mit ihrer Stadt
- **Laufzeit:** Start Ende September 2025 bis Mitte/Ende 2026
- **Profiteure: Wiesbadener** Bürgerinnen & Bürger, Akteure in Wiesbaden (Kultur, Hotel und Co.), Gäste
- **Zielgruppe:** Wiesbadener Bürgerinnen & Bürger
- **Umsetzung:** mit begleitender Agentur; Impuls durch Hochschule Fresenius
- **Botschafter aus 11 Sparten:**
 - Kunst & Kultur, Hotellerie, Gastronomie, Sport, Freizeit, Soziales & Vielfalt, Einzelhandel, Bildung, Industrie und Wirtschaft, Handwerk, Gesundheit
 - Kriterienkatalog für die Auswahl der Botschafter
 - AG aus dem Netzwerk hat über die Auswahl abgestimmt
- Weiteres **Roll-Out** in 2026 geplant (Kinowerbung, Präsenzveranstaltungen, Sichtbarkeit in der Stadt)

3.2. Botschafter-Kampagne



Wallplakatierung

- **Botschaft:** So gesehen ist Wiesbaden ganz schön...
- **Ziel:** hohe Aufmerksamkeit ggü. den Wiesbadenern
- **Maßnahmen:** 20 digitale Citylightplakate im Innenstadtbereich für 2 Wochen, 115 Citylightplakate an Bushaltestellen in ganz Wiesbaden 1 Woche



ROLAND OBERMAIER
BOTSCHAFTER FÜR
WIESBADEN



MEIN LIEBLINGSORT -
KULTURZENTRUM SCHLACHTHOF

wiesbaden.de/sogesehen

Eine Initiative von:



3.2. Botschafter-Kampagne



Kick-Off Event Stadtfest 28.9.2025

- Vorstellung der Kampagne
- Maßnahmen:
 - Bühnenpräsenz mit Interviews von 4 Botschafterinnen und Botschaftern, Präsentation Kampagnen-Video
 - Stand auf dem Stadtfest mit Autogrammstunde Mockenhaupt/SVWW, Infos zur Kampagne, Verteilung Merch passend zur Kampagne, Fotobox, Karikaturist, Beach Flags, Torwandschießen





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!